



# manual básico de identidad corporativa

manual básico de identidad corporativa



Este manual también se entrega en formato Adobe Acrobat PDF para su visualización en las plataformas Macintosh o Windows.  
Se recomienda descargar el archivo y la visualización en el escritorio.  
El documento completo o de sus páginas individuales también se pueden imprimir en formato A4, de preferencia utilizando una impresora a color.

manual básico de identidad corporativa

reanimarketing

## Contenidos

- 1.0 Introducción
- 2.0 Básicos
- 3.0 Color
- 4.0 Tipografía
- 5.0 Papelería
- 6.0 Aplicaciones

# Introducción

## Introducción

### Información básica de este manual

La introducción de la marca en el mercado exige crear una imagen corporativa con una presencia visual en una forma consistente que enfatice nuestro mensaje madre, "naturalmente".

Cada uso correcto del logotipo contribuye al reconocimiento de **Reanimarketing** y a la ubicación en el mercado. Por el contrario, cada uso inapropiado o incorrecto del logotipo minimiza la fuerza de la marca y debilita la presencia en el mercado.

Este manual incluye los elementos básicos del sistema de normas gráficas. Si usted necesita copias adicionales del manual, por favor contáctese con el Departamento de Imagen de la empresa,

y solicite los archivos que contengan las fuentes tipográficas.

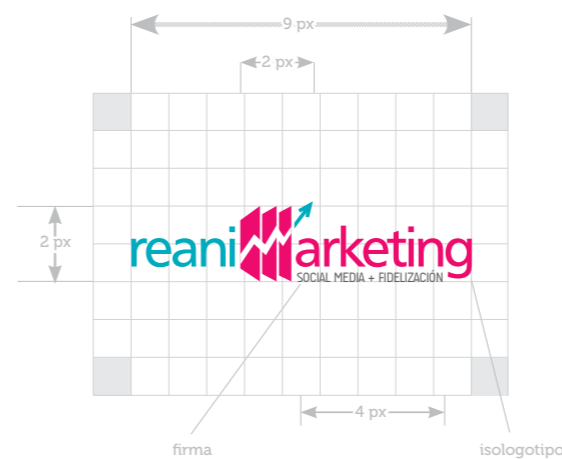
Por favor, comparta estas especificaciones con sus socios y proveedores, quienes también necesitan comprender el correcto uso del logotipo de **Reanimarketing**.

Este manual cuenta con una nomenclatura que permite el recambio y/o agregado de páginas de acuerdo con las necesidades.

Su cooperación contribuirá a asegurar la fuerte presencia visual y el éxito en nuestros mercados en todo el mundo.

# básicos

## Logotipo



El logotipo es uno de los bienes más valiosos de la empresa y, como tal, necesita ser tratado con cuidado. Siempre debe ser reproducido de archivos electrónicos u originales aprobados. Nunca intente recrear el logotipo en forma "casera". Cada carácter del

logotipo es una forma gráfica única, especialmente diseñada, y no puede ser recreada componiéndola de forma manual. Tamaño mínimo permitido En ningún caso el logotipo de podrá utilizarse en una dimensión menor a 13 mm.



## Adaptaciones permitidas



## Usos incorrectos

Es muy importante para el éxito de la marca que el logotipo y sus normas se muestren correctamente. Esto incluye utilizar siempre los tipos de letra adecuados y la posición correcta y el tamaño de todos los elementos. Los ejemplos que se muestran son inaceptables.



1. No distorsionar cualquier parte del logotipo.
2. No recortar cualquier porción del logotipo.
3. No inclinar el logotipo.
4. No girar el logotipo. Una excepción a esta directriz sería una bandera vertical de la calle con el logotipo que aparece como el elemento principal en posición vertical, por la necesidad.
5. No reorganizar los componentes del logotipo.
6. No alterar la alineación de cualquier componente .
7. No alterar el tamaño relativo del logotipo y la firma.
8. No modificar la tipografía del logotipo.
9. No alterar el tipo de letra de la firma.
10. No modificar el estilo de letra (por ejemplo, de todas las mayúsculas y minúsculas) de la firma.
11. No agregar sombra a cualquier parte de la firma.
12. En ningún caso incluir una letra mayúscula en el logotipo.

# tipografías

## Tipografías corporativas

La tipografía es uno de los elementos más reconocibles de una identidad y ayuda a retratar la personalidad de una organización. Aquí se muestran ejemplos de los miembros de las familias de fuentes elegidas. Tipos de letra de la misma familia de fuentes que no figuran en esta lista se puede usar también.

### CartoGothic std book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
// !@#\$%^&\*()

### Audimat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
// !@#\$%^&\*()

# AaBbCc123

# AaBbCc123

# colores

## Grisés utilizados

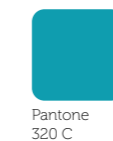


## Colores corporativos

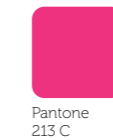
El uso constante del color puede ayudar a construir un buen reconocimiento de marca. Esto hace que sea posible para una organización de "apropiarse" de un cierto conjunto de colores, dejando una impresión duradera mediante la identificación de la organización con la paleta de colores específica.

### Colores corporativos primarios

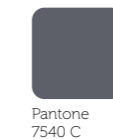
#### Sistema PANTONE



Pantone 320 C

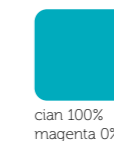


Pantone 213 C

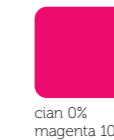


Pantone 7540 C

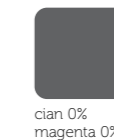
#### Sistema CMYK



cian 100%  
magenta 0%  
amarillo 30%  
negro 0%

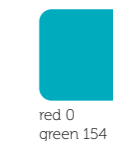


cian 0%  
magenta 100%  
amarillo 30%  
negro 0%

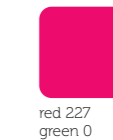


cian 0%  
magenta 0%  
amarillo 0%  
negro 75%

#### Sistema WEB



red 0  
green 154  
blue 177



red 227  
green 0  
blue 98



red 110  
green 112  
blue 114

# aplicaciones

## Papelería

Las normas establecidas de papelería en las páginas siguientes son una parte esencial del sistema de logotipo de identidad visual y son para ser utilizados por todas las unidades.

### Papel con membrete estándar



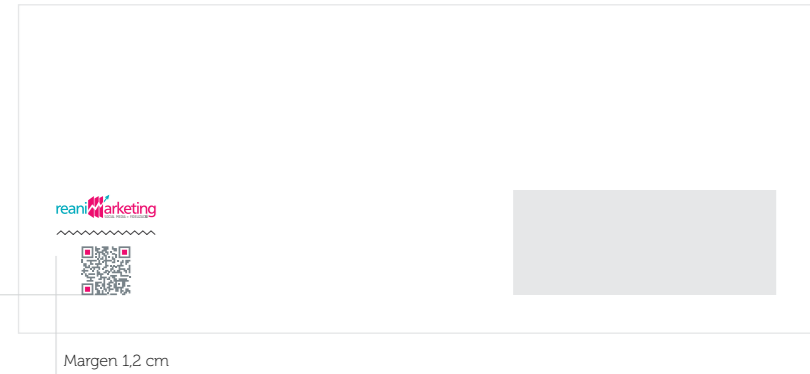




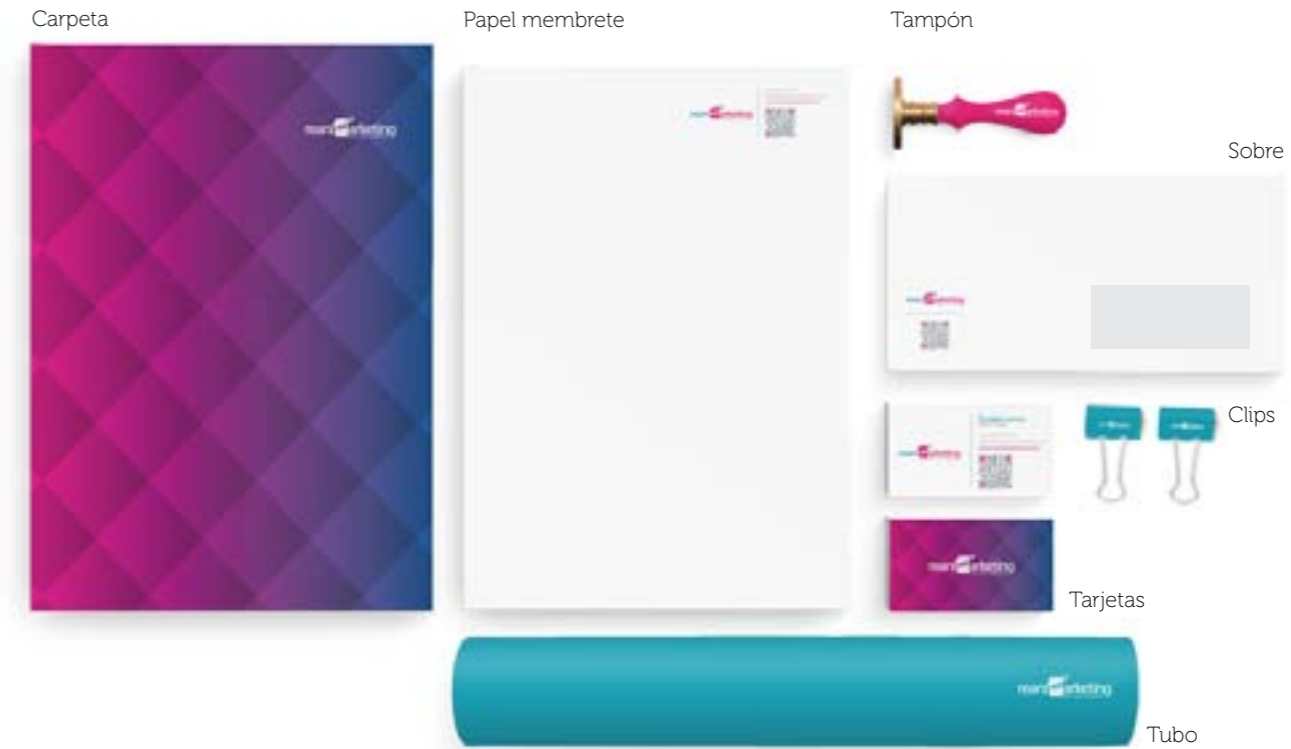
Tarjeta



Sobre



# Material impreso



Las piezas gráficas de comunicación son una gran parte de la representación de una marca en el mercado. Un aspecto coherente, unificado y fuerte, es de suma importancia en el reconocimiento y el éxito de la marca.

Este es un ejemplo del logotipo aplicado en los elementos habituales de uso, como lo es la papelería corporativa.

## Merchandising

Camisetas



Memorias USB

